

2020-2026年中国食品饮料 行业发展趋势与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国食品饮料行业发展趋势与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/181999.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

现代渠道下沉加速低线城市消费升级。大型超市，便利店加速渠道下沉，龙头电商也在加大低线城市的线上和线下布局。随着这几年互联网普及发展，三四线网络购物也逐渐流行并逐步成为电消主力军，以京东为例目前其用户有50%以上来自于三四线及以下城市。

而根据阿里的统计，双十一期间一二线城市购买人数占比逐年下滑,京东用户三四线及以下城市占比已超50%。从食品饮料各子行业来看，白酒呈现挤压式增长，茅台、五粮液等高端酒表现出远快于行业的增速；常温酸奶、高端白奶维持高增速，带动液态奶整体积极升级；进口啤酒、进口葡萄酒在体量渐大下仍保持较好增速；超高端、高端奶粉市场快速扩容；绝味、周黑鸭等休闲卤制品品牌扩张提速；桃李等领先短保面包品牌加速替代杂牌。往后看，消费升级有望继续推动高端及品牌产品占比提升，而各细分行业龙头作为高端及品牌产品的拥有者，必将长期获得消费升级的红利，行业优势地位进一步巩固。消费者信心指数走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国食品饮料行业发展趋势与未来前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国食品饮料行业市场发展环境、食品饮料整体运行态势等，接着分析了中国食品饮料行业市场运行的现状，然后介绍了食品饮料市场竞争格局。随后，报告对食品饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国食品饮料行业发展趋势与投资预测。您若对食品饮料产业有个系统的了解或者想投资中国食品饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分行业市场特点分析

第一章2018年全球食品饮料行业发展基本情况

第一节2018年全球食品饮料市场现状与发展情况分析

一、全球食品饮料市场现状及特点研究

二、全球食品饮料行业发展及需求调研

第二节2018年全球食品饮料市场深度研究

一、2018年全球食品饮料需求分析

二、2018年全球食品饮料产销分析

三、2018年国际食品饮料市场发展状况分析

第二章中国食品饮料所属行业总体分析及经济评价

第一节中国食品饮料所属行业发展基本概述分析

第二节中国食品饮料行业发展历程与阶段

一、中国食品行业发展历程与阶段

二、中国饮料行业发展历程与阶段

第三节中国食品饮料行业形势分析与预测

一、中国食品饮料行业形势分析

二、中国饮料业未来发展趋势预测

第三章“十三五”期间食品饮料所属行业经济形势与发展分析

第一节2015-2018年全球宏观形势分析

一、2018年全球经济运行概况

二、2020-2026年全球经济形势预测

第二节“十三五”期间对全球经济的影响

一、中国“十三五”食品工业国际国内发展形势

二、对各国实体经济的影响

第三节“十三五”期间对中国经济的影响

一、“十三五”期间对中国实体经济的影响

二、“十三五”期间影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

第四节未来3-5年中国行业经济指标分析

一、2015-2018年中国宏观经济运行概况

二、2020-2026年中国宏观经济趋势预测

第二部分所属行业发展状况及市场需求

四章2015-2018年中国食品饮料所属行业发展状况

第一节行业发展及细分市场分析

一、行业发展历史阶段研究

二、产品细分市场的发展回顾

三、品牌结构及集中度发展过程

四、市场培育与发展过程

五、食品饮料行业与国际的互动

第二节行业进入壁垒和驱动因素

一、行业与国外资本的联系

二、产品细分市场的市场分析

三、市场现状分析

四、行业最新动态及其对食品饮料行业的影响

第五章2015-2018年中国食品饮料所属行业发展及需求调研

第一节2015-2018年中国食品饮料行业发展基本情况

第二节2015-2018年中国食品饮料生产成本及运输分析

一、生产成本分析

二、运输分析

第三节2015-2018年中国食品饮料行业市场供给与需求分析

一、供给

二、需求

第六章2015-2018年中国食品饮料所属行业财务指标总体分析

第一节2018年食品饮料行业产品销售收入与成本核算

第二节2018年食品饮料行业偿债与周转能力分析指标

第三节2018年食品饮料行业盈利能力综合分析与评价

第四节2018年食品饮料行业企业发展与营运能力研究

一、企业发展调查

二、食品饮料企业发展对策

第七章2020-2026年中国食品饮料政策和体制风险研究

第一节国际食品饮料行业政策与法规分析

第二节中国食品饮料行业政策研究与法规分析

一、《食品企业haccp实施指南》

二、《食品流通许可证管理办法》

三、《食品添加剂卫生管理办法》

第三节中国食品饮料行业政策解析与判断

第八章2015-2018年中国食品饮料海关统计数据分析

第一节食品饮料最近三年出口形势研究

一、食品饮料出口总量统计分析

二、食品饮料出口趋势分析

第二节2015-2018年食品饮料国际贸易情况

一、2018年食品饮料美国对菲律宾出口达8.5亿美元

二、2018年中国食品饮料行业出口额逆势上升

第三部分行业市场竞争格

第八章2015-2018年中国各区域食品饮料发展分析

第一节2015-2018年华东区域市场食品饮料产业发展分析

一、上海

二、江苏

三、浙江

四、安徽

五、山东

六、福建

第二节2015-2018年华南区域市场食品饮料产业发展分析

一、海南

二、广西

三、广东

第三节2015-2018年华中区域市场食品饮料产业发展分析

一、湖南

二、湖北

三、河南

第四节2015-2018年华北区域市场食品饮料产业发展分析

一、北京

二、山西

三、天津

四、内蒙古

第五节2015-2018年西北区域市场食品饮料产业发展分析

一、陕西

二、甘肃

三、新疆

第六节2015-2018年西南区域市场食品饮料产业发展分析

一、贵州

二、四川

三、云南

四、重庆

第七节2015-2018年东北区域市场食品饮料产业发展分析

一、黑龙江

二、吉林

三、辽宁

第十章2020-2026年中国食品饮料行业市场竞争格局研究

第一节食品饮料行业主要竞争结构分析

一、行业内企业竞争

二、潜在进入者

三、替代产品威胁

四、供应商议价能力

五、需求客户议价能力

第二节食品饮料企业国际竞争实力对比

一、原材料价格走势分析

二、企业结构与战略

第三节食品饮料行业竞争格局研究

一、食品饮料行业集中度分析

二、食品饮料企业竞争力研究

第四节食品饮料行业竞争对策研究

一、“十三五”期间对行业竞争格局的影响

二、2020-2026年食品饮料行业竞争对策研究

第十一章2020-2026年中国食品饮料行业典型领先企业分析

第一节贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

- 一、企业及主营业务介绍
- 二、企业获得荣誉
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业成长能力分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业发展规划

第二节上海光明乳业股份有限公司

- 一、企业及主营业务介绍
- 二、企业获得荣誉
- 三、企业成长能力分析
- 四、企业盈利能力分析

第三节杭州娃哈哈集团有限公司

- 一、企业及主营业务介绍
- 二、历年生产规模、销售规模、发展历程
- 三、企业获得荣誉
- 四、市场拓展战略与手段分析

第四节北京三元食品股份有限公司

- 一、企业及主营业务介绍
- 二、企业获得荣誉
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业成长能力分析
- 五、企业盈利能力分析

第五节河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司

- 一、企业情况、历年生产规模、销售规模
- 二、发展历程
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业成长能力分析
- 五、企业盈利能力分析

第六节内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业及主营业务介绍
- 二、企业发展历程及荣誉
- 三、企业偿债能力分析

- 四、企业成长能力分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、市场拓展战略与手段分析

第四部分行业投资趋势及投资策略

第一节产业发展的有利因素与不利因素分析

- 一、中国经济的率先复苏对行业的支撑
- 二、“十三五”期间促使行业内优胜劣汰速度加快

第二节投资风险防范与策略

- 一、企业数量以及资金规模
- 二、要素市场变化趋势
- 三、行业金融信贷市场风险
- 四、主要行业发展变化情况

第三节新进入者应注意的障碍因素

- 一、新进企业进入市场的策略
- 二、战略合作联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第四节营销分析与营销模式推荐

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理

第十三章食品饮料行业投资方向预测分析

第一节食品饮料市场整合成长趋势

- 一、市场占有率的构成
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节食品饮料需求变化趋势及新的商业机遇预测

- 一、品牌格局趋势
- 二、市场渠道及分布趋势研究
- 三、消费者调研及spss分析

第三节食品饮料投资战略与营销规划

一、行业投入情况分析

二、技术开发战略

三、行业竞争战略结构分析

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、发展规划与策略研究

第四节对中国食品饮料品牌建设的方法与策略

一、企业品牌发展的历史进程

二、食品饮料实施品牌战略的意义

三、食品饮料行业发展趋势及影响因素

四、食品饮料品牌建设与风险管理策略

图表目录：

图表：2016年-2018年全球乳饮料市场企业排名

图表：我国食品饮料行业发展阶段图解

图表：2015-2018年国内生产总值及其增长速度

图表：2018年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比2018年涨跌幅度

图表：2018年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2015-2018年城镇新增就业人数

图表：2015-2018年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2015-2018年公共财政收入及其增长速度

图表：2015-2018年粮食产量及其增长速度

图表：2015-2018年全部工业增加值及其增长速度

图表：2018年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2018年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2015-2018年建筑业增加值及其增长速度

图表：2015-2018年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2018年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2018年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2018年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：2015-2018年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2018年货物进出口总额及其增长速度

图表：2018年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2018年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2018年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2015-2018年货物进出口总额

图表：2018年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表：2018年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/181999.html>